

ЗАСТОСУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО ФОРСАЙТУ НА СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Кубрак М.О.

*Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут», м. Харків*

Форсайт (foresight) - відносно нова методологія. Цей термін набув широкого поширення декілька років тому, і, як і для багатьох інших модних концепцій, залишається не зовсім зрозумілим, що ж таке «Форсайт, чим він відрізняється від прогнозування, сценування, проектування майбутнього.» (Г.Е. Афанасьєв).

Ефективне функціонування НТП дозволяє здійснювати стратегічне управління інноваційним розвитком промислових підприємств різного рівня. Рішення даного завдання також передбачає пошук нових інструментів і механізмів такого управління, одним з яких є система форсайт. Ключові змістовні характеристики форсайта такі: а) розглянута система - це, в першу чергу, процес, а не стільки набір відповідних інструментів, змістом якого є консультації, обмін думками, прямі і зворотні зв'язки між учасниками; б) особливістю форсайта є визнання множинності варіантів розвитку майбутнього; в) форсайт являє собою творчу технологію впливу на що формується майбутнє за допомогою узгодження особливих інтересів різних верств громадянського суспільства і за допомогою стимулювання їх активності в сфері використання ключових технологій; г) форсайт - це не тільки документ, але і процес постійно уточнення бачення майбутнього з урахуванням активності зацікавлених учасників, залучених в область його формування; д) форсайт - це синтез філософії (теорії), продуктів (прогнозів, сценаріїв, пріоритетів) і процесів (встановлення зв'язків між усіма зацікавленими сторонами).

Використання форсайт-процесів на сучасних промислових підприємствах, у першу чергу, передбачає: а) визначення перспективних напрямків розвитку науки і технологій; б) реалізацію пріоритетних національних проектів, забезпечення їх нерозривного зв'язку з розроблення загальнонаціональних стратегічних завдань на основі форсайт-технологій.

Форсайт-продукти - є форми матеріалізації форсайт-філософії в конкретних документах. На сучасних підприємствах виділяються два ключові елементи форсайт-продуктів: а) документ відповідної форми (прогноз, сценарій, пріоритетний проект, «дорожня карта» і т.д.); б) технології розробки вищезгаданого документа (мозкові штурми, експертні опитування; метод Дельфі, метод критичних технологій і т.д.).

Великими перспективами застосування стратегічного форсайта на підприємствах є забезпечення просування на внутрішній і зовнішній ринки і реалізації на внутрішньому і зовнішньому ринках високотехнологічної промислової продукції, а також пов'язаних зі створенням цієї продукції товарів і результатів інтелектуальної діяльності.